

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Indonesia adalah negara hukum sebagaimana tertuang di dalam Undang-Undang Dasar 1945 yang berbunyi :

“Negara Indonesia berdasar atas hukum (*Rechtsstaat*), tidak berdasar atas kekuatan belaka (*Machstaat*). Selanjutnya pemerintahan Indonesia berdasarkan atas sistem konstitusi (hukum dasar), tidak bersifat absolutism (kekuatan yang tidak terbatas).”

Menurut Mahfud MD, Indonesia tidak menganut konsep *rechtsstaat* atau *the rule of law*, melainkan membentuk konsep Negara hukum baru, yaitu Negara hukum Pancasila, yang merupakan kristalisasi pandangan dan falsafah hidup yang sarat dengan nilai etika dan moral luhur bangsa Indonesia, sebagaimana yang tercantum dalam pembukaan UUD 1945 dan tersirat di dalam Pasal-Pasal Undang-Undang Dasar 1945.¹

Negara Indonesia adalah negara yang kini dapat dikatakan sebagai negara maju oleh Amerika Serikat melalui Kantor Perwakilan Perdagangan atau *Office of the US Trade Representative* (USTR) di Organisasi Perdagangan Dunia (WTO).² Sebagai negara maju yang memiliki penduduk dengan jumlah yang

¹ Moh Mahfud M.D., *Membangun Politik Hukum Menegakkan Konstitusi*, Pustaka LP3ES, Jakarta, 2006, hlm, 23.

² <https://news.detik.com/kolom/d-4926128/polemik-status-indonesia-negara-maju-versi-as>, diakses pada tanggal 19 april 2020 pada pukul 20.30 WIB.

sangat besar, selain dari pada itu didukungnya dengan suatu perkembangan teknologi yang sangatlah cepat pada era sekarang ini. Teknologi informasi di era globalisasi ini, memiliki peranan yang sangat besar bagi masyarakat. Dengan menciptakan dunia yang tidak memiliki batas, jarak, ruang dan waktu teknologi informasi memiliki pengaruh terhadap perkembangan sosial budaya, ekonomi dan juga konsep atau kerangka regulasi hukum dari suatu negara.

Teknologi yang dibicarakan tersebut merupakan sesuatu yang dapat dimanfaatkan oleh setiap masyarakat untuk keperluan pribadi, pekerjaan dan lainnya dengan memberikan suatu informasi kepada masyarakat dengan cepat, sehingga membuat era sekarang menjadi sangat berubah dari yang pernah kita pikirkan sebelumnya. Aspek-aspek dalam kehidupan masyarakat yang begitu banyak, hampir semua aspek tersebut menggunakan dan bahkan bergantung kepada teknologi informasi. Kehadiran teknologi informasi dalam kehidupan masyarakat pada saat ini telah memberikan banyak kemudahan serta manfaat yang begitu besar. Dengan kehadiran teknologi ini membuat masyarakat yang memanfaatkannya menjadi berkembang pula serta menjadi jauh lebih kreatif dalam memanfaatkan teknologi tersebut sehingga antara teknologi dengan penggunaannya sudah tidak dapat dipisahkan antara satu sama yang lainnya agar supaya terciptanya suatu kehidupan yang jauh lebih baik daripada yang sebelumnya.

Dengan pemikiran yang semakin berkembang kreatif memberikan suatu hal yang baru dalam dunia teknologi, di mana muncul suatu media-media yang dapat

menghubungkan satu orang dengan yang lainnya agar dapat berkomunikasi, memberikan informasi secara tidak bertatap muka, hanya dengan menggunakan alat komunikasi berupa *Handphone*. *Handphone* merupakan alat untuk dapat dimanfaatkan oleh setiap penggunanya agar dapat memudahkan dalam hal memberikan informasi secara tidak bertatap muka, dalam *Handphone* tentu memiliki banyak fitur yang dapat dipergunakan sebagaimana diperlukannya oleh setiap penggunaannya. Salah satu fitur yang dapat dipergunakan yaitu media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, *line*, *whatsapp*, dan masih banyak lainnya. Media sosial tersebut merupakan media yang dapat dikatakan sebagai media atau *platform* yang banyak diminati oleh banyak kalangan usia muda hingga usia tua.

Media sosial *instagram*, *facebook* dan *twitter* adalah aplikasi yang banyak diminati orang karena dapat membagikan foto dan video yang memungkinkan setiap penggunanya juga dapat mengambil foto, mengambil video, dan lainnya. Selain dari pada itu, media tersebut dapat dijadikan sebagai wadah bisnis untuk mencari keuntungan seperti berjualan secara online, seperti tas, sepatu, baju, makanan, peralatan rumah tangga dan masih banyak yang lainnya, hal ini sudah banyak sekali dilakukan oleh setiap orang dengan memanfaatkan media sosial tersebut sebagai wadah bisnis dengan memasarkan setiap produk yang akan di promosikan, melalui foto-foto produk dan memiliki banyak *followers*/teman. Media tersebut sangatlah mempermudah setiap konsumen untuk melihat produk yang dijual dan dapat langsung memberi komentar di bawah foto yang diminati.

Media *instagram, facebook dan twitter* saat ini dijadikan sebagai wadah promosi barang atau jasa oleh setiap orang melalui foto ataupun melalui video. Untuk melakukan suatu promosi barang atau jasanya, biasanya pemilik melakukan promosinya melalui iklan, brosur ataupun situs web yang akan dibagikan pada akun pemilik dengan semenarik mungkin agar dapat memikat setiap konsumen yang melihatnya. Untuk melakukan promosi, biasanya dapat dilakukan secara mandiri pada akun yang dimiliki oleh setiap pemilik akun dengan membagikan foto atau video, namun dapat juga dilakukan secara berbayar dengan memanfaatkan fitur dari *instagram* yang dapat mempromosikan produk dengan skala besar atau dengan jangkauan yang jauh lebih besar agar lebih banyak yang dapat melihat atau mengetahui produk yang hendak dijual.

Instagram, facebook dan twitter sebagai wadah atau *platform* untuk dimanfaatkan sebagai ajang bisnis barang atau jasa sangat memberikan keuntungan dan kemudahan bagi setiap pemilik akun untuk memperjualkan produknya dengan melakukan pengiklanan. Berbicara mengenai iklan yang dapat diartikan menurut Etika Pariwara Indonesia dalam Huruf D mengenai Definisi adalah suatu bentuk komunikasi tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sasarannya, agar mereka memberikan tanggapan yang sesuai dengan tujuan pengiklan. Iklan dapat pula diartikan sebagai promosi suatu benda seperti barang, jasa, tempat usaha, dan ide yang harus dibayar oleh sebuah sponsor. Manajemen pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi secara keseluruhan. Komponen lainnya dari promosi termasuk publisitas, hubungan

masyarakat, penjualan, dan promosi penjualan. Dalam beriklan juga harus memperhatikan etika beriklan agar dapat menarik konsumen dalam melihat iklan yang ditayangkan. Menurut EPI (Etika Pariwisata Indonesia), etika periklanan adalah ketentuan-ketentuan normatif yang menyangkut profesi dan usaha periklanan yang telah disepakati untuk dihormati, ditaai, dan ditegakkan oleh semua asosiasi dan lembaga pengembangannya.

Saat ini, dengan maraknya penggunaan media sosial sebagai tempat untuk mempublikasikan iklan, perlu ada regulasi yang secara khusus mengatur hal tersebut mengingat pengaturan iklan yang ditayangkan melalui media sosial, tidak dapat sepenuhnya tunduk pada ketentuan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan Etika Pariwisata Indonesia, karena terdapat hal khusus yang membedakannya, yaitu bahwa iklan yang tayang melalui media sosial, masuk dalam ranah pengaturan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Dalam melakukan pengiklanan suatu barang dan jasa di suatu *platform* media sosial sekarang ini terdapat iklan-iklan yang tidak mendasari dari aturan KPI Nomor 01/P/KPI/03/2012 Tentang Pedoman Prilaku Penyiaran serta EPI (Etika Pariwisata Indonesia). Penayangan iklan saat ini tidak sedikit mengandung unsur perbuatan yang melawan hukum seperti menayangkan suatu iklan jasa *hack akun* media sosial, menawarkan produk dengan gambar yang bermuatan seksual/kesusilaan, iklan yang bahasanya bermuatan SARA, iklan yang memberikan suatu pernyataan yang tidak benar untuk menarik perhatian

konsumen, iklan produk seksual berupa obat/alat, iklan yang dengan sengaja menjatuhkan iklan pihak lainnya, dll. Oleh sebab itu pentingnya memperhatikan etika dan tata krama dalam beriklan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang periklanan (20/PER/M.KOMINFO/5/2008) dan PPPI (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia) Etika Periklanan Indonesia (EPI) yang dapat dilihat di Bab II penulisan ini.

Apabila dalam suatu penyangan iklan di *platform* media sosial yang mengandung unsur perbuatan melawan hukum tentu bisa saja akan mengakibatkan suatu kerugian bagi konsumen yang melihat iklan yang ditayangkan. Oleh sebab itu adanya suatu dasar peraturan atau kebijakan untuk membuat sebuah iklan yang baik karena dalam pembuatan iklan tentu berisi keseluruhan aspek masyarakat yang akan dilihat banyak masyarakat juga. Dengan adanya aturan Undang-Undang periklanan (20/PER/M.KOMINFO/5/2008) dan PPPI (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia) Etika Periklanan Indonesia (EPI) dapat mengatur dan mengawasi setiap tayangan iklan yang mengandung unsur perbuatan melawan hukum.

Penulis melihat fenomena tersebut menjadi suatu hal yang lazim ditemukan dalam setiap *platform* media sosial seperti *instagram*, *twitter*, *facebook*. Tentu hal tersebut perlu diperhatikan oleh setiap *platform* dalam menerapkan kebijakan untuk penyangan suatu iklan. Karena sekarang ini seringkali ditemukannya media sosial yang terdapat suatu penyangan iklan yang menawarkan produk barang dan jasa yang mengandung unsur perbuatan melawan hukum. Terutama

dalam media sosial *instagram dan facebook* yang saling terhubung, kedua *platform* tersebut menjadi wadah terbanyak untuk mempromosikan atau mengiklankan suatu barang ataupun jasa karena memiliki peminat dalam penggunaannya oleh masyarakat, kedua *platform* tersebut memiliki ketentuan atau kebijakan tersendiri yang bersifat wajib untuk ditaati oleh setiap penggunanya termasuk dalam hal melakukan pengiklanan. Media tersebut juga mengatur iklan apa saja yang boleh ditayangkan dan yang tidak boleh ditayangkan, namun meski adanya suatu kebijakan yang membatasi pengiklan dalam melakukan suatu penayangan atau pengiklanan di media sosial ternyata masih terdapat pengiklan yang menayangkan atau mengiklankan produk dan jasa yang tidak semestinya ditayangkan, dalam hal ini menjadi peran yang penting bagi *platform* dalam mempertegas atau memperkuat kebijakan dan pengawasan yang telah dibuatnya untuk mengatasi pelanggaran yang dilakukan oleh setiap pengiklan yang mengiklankan suatu jasa yang bersifat melawan hukum.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian penulis dan belum terdapat kesamaan permasalahan dalam skripsi ini. Adapun penelitian yang mendekati topik penelitian penulis dengan judul: “PELANGGARAN ETIKA PERIKALANAN PADA MEDIA CETAK” dengan identifikasi masalah seperti apa pelanggaran etika pariwisata Indonesia terhadap iklan komersial, skripsi Muhammad Irhas dari Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2015. Maka dari itu penulis akan mengkaji permasalahan tersebut dalam suatu penulisan yang berjudul

“TINJAUAN PENGATURAN AKTIVITAS PENGIKLANAN YANG MENGANDUNG UNSUR MELAWAN HUKUM PADA MEDIA SOSIAL”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dengan ini penulis memberikan beberapa identifikasi masalah antara lain :

1. Bagaimana peraturan perundang-undangan di Indonesia dalam mengatur tindakan periklanan melalui media sosial yang isinya mengandung unsur perbuatan melawan hukum?
2. Bagaimana kebijakan yang seharusnya diterapkan setiap *platform* dalam menayangkan iklan-iklan yang mengandung unsur perbuatan melawan hukum?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi Masalah yang diuraikan oleh penulis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa bagaimana peraturan perundang-undangan di Indonesia dalam mengatur tindakan periklanan melalui media sosial yang isinya mengandung unsur perbuatan melawan hukum?

2. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan yang seharusnya diterapkan setiap *platform* dalam menyangkan ilan-iklan yang mengandung unsur perbuatan melawan hukum?

D. Manfaat Penulisan

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan berbagai kegunaan. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penulisan skripsi ini tentu memiliki manfaat teoritis, yakni dapat memberikan suatu manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, serta pengetahuan ilmu hukum di Indonesia serta dapat digunakan untuk perluasan wawasan keilmuan dalam penggunaan teori dan asas-asas hukum terhadap permasalahan hukum yang dihadapi. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan kepustakaan bagi penelitian yang berkaitan dengan konsep dan implementasi pengaturan mengenai aktifitas perikalan yang ada dalam suatu media.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pihak yang memiliki suatu *platform* dalam memberikan suatu kepastian terhadap pihak yang menggunakan media sosial serta penegakkan hukum terhadap pihak yang melakukan pengiklanan yang bertentangan dengan hukum.

E. Kerangka Pemikiran

1. Kerangka Teori

Dalam penulisan ini akan menggunakan beberapa teori yang akan menjadi dasar dalam melakukan suatu penelitian salah satunya ialah teori negara hukum. Negara Indonesia adalah Negara hukum, dalam Pasal 1 ayat (3) UUD 1945 dinyatakan: “Negara Indonesia adalah Negara hukum.” Ketentuan ini merupakan hasil dari perubahan ketiga UUD 1945. Sebagai Negara hukum tentu saja harus adanya suatu aturan yang mengatur setiap masyarakat yang ada di Negara Indonesia agar supaya menjadi tertib hukum dan tujuan dari hukum itu tercapai.³ Selain teori tersebut ada beberapa teori lainnya yang penulis gunakan, antara lain sebagai berikut:

1. Teori Kepastian Hukum

Kepastian Hukum sebagaimana yang dikemukakan oleh Roscoe Pound mengandung dua pengertian. Pengertian pertama, adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Kedua, berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan-wenangan pemerintah karena adanya aturan hukum yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibenarkan atau dilakukan Negara terhadap individu.⁴ Setiap orang tentu memiliki hak untuk mendapatkan suatu kepastian hukum

³ Budiman N.P.D Sinaga, *Hukum Tata Negara Perubahan Undang-Undang Dasar*, Jakarta: PT. Tatanusa, 2009. Hlm. 32

⁴ Hardi Munte, *Model Penyelesaian Sengketa Administrasi Pilkada*, Medan: Pusantara, 2017, hlm.22

apabila sudah adanya aturan yang telah berlaku. Oleh sebab itu setiap orang dalam menggunakan suatu media sosial tentu harus merasa nyaman terhadap media yang digunakannya serta mendapatkan suatu kepastian apabila terjadi hal-hal yang dapat menimbulkan suatu kerugian terhadap penggunaannya.

2. Teori Pertanggungjawaban Hukum

Konsep tanggung jawab hukum berkaitan erat dengan konsep hak dan kewajiban. Konsep hak merupakan suatu konsep yang menekankan pada pengertian hak yang berpasangan dengan pengertian kewajiban. Pendapat yang umum mengatakan bahwa hak pada seseorang senantiasa berkorelasi dengan kewajiban pada orang lain. Sebuah konsep yang berkaitan dengan konsep kewajiban hukum adalah konsep tanggung jawab (pertanggung jawaban) hukum. Bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, artinya dia bertanggung jawab atas suatu sanksi bila perbuatannya bertentangan dengan peraturan yang berlaku. Menurut Hans Kelsen dalam teorinya tentang tanggung jawab hukum menyatakan bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, subjek berarti bahwa dia

bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan.⁵

3. Teori Perlindungan Hukum

Teori perlindungan hukum berdasarkan pandangan dari Satjipto Raharjo mendefinisikan perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan oleh orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.⁶ Menurut Satjipto Raharjo sendiri, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.⁷ Dalam penggunaan suatu media sosial tentu setiap *platform* harus memberikan suatu perlindungan bagi setiap penggunanya dalam berbagai aspek, karena itu telah menjadi hal yang wajib untuk dijalankan oleh setiap *platform* untuk menciptakan rasa nyaman terhadap penggunanya. Perlindungan hukum menurut Muchsin, merupakan suatu hal yang melindungi subjek-subjek hukum melalui peraturan perundang-

⁵ <https://yuokysurinda.wordpress.com/2018/02/24/beberapa-teori-hukum-tentang-tanggung-jawab/>. Diakses pada tanggal 13 April 2020, pada pukul 18.30 WIB.

⁶ Soepomo, Bab Bab Tentang Hukum Adat, cet.ke-8, Jakarta: Pradnya Paramita, 1983, hlm. 49-50.

⁷ Satjipto Raharjo, "Ilmu Hukum" Bandung: Citra Aditya Bakti, 1996, hlm.69.

perundangan yang berlaku dan dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi. Perlindungan hukum dibedakan menjadi dua hal, yaitu:

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam Peraturan Perundang-Undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.⁸

4. Teori Penegakan Hukum

Penegakan hukum merupakan rangkaian proses untuk menjabarkan nilai, ide, cita yang cukup abstrak yang menjadi tujuan hukum. Penegakan hukum menurut pendapat dari Soerjono Soekanto, penegakan hukum mempunyai arti yaitu berkaitan dengan hukum atau peraturan perundangannya serta adanya pihak yang terlibat langsung dengan kasus seperti aparat yang bertugas dan adanya fasilitas penegakan hukum yang menunjang.⁹ Sedangkan menurut Satjipto Raharjo, penegakan hukum

⁸ Munir Fuady, *Teori Negara Hukum Modern*, Refika Aditama, Jakarta, 2009, hlm. 20

⁹ Soerjono Soekanto, *"Pokok-Pokok Sosiologi Hukum"*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, hlm. 102.

adalah sebuah kegiatan yang memunculkan atau terwujudnya keinginan hukum yang menjadi nyata.¹⁰ Dalam menegakkan hukum, negara Indonesia harus berusaha semaksimal mungkin agar setiap kebijakan harus bisa memberikan efektifitas dari setiap Peraturan Perundang-Undangan yang di buat. Sehingga jangan sampai menimbulkan keresahan dan kekacauan dalam kehidupan masyarakat, terutama bagi pencari keadilan.

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah penggambaran antara konsep-konsep khusus yang merupakan kumpulan dalam arti yang berkaitan dengan istilah yang akan diteliti atau diuraikan dalam penulisan ini.¹¹ Untuk menjawab setiap permasalahan dalam penelitian ini, maka akan didefinisikan beberapa konsep dasar dalam rangka menyamakan persepsi agar secara operasional dapat dibatasi ruaang lingkup variabel dan dapat diperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditentukan yaitu:

a. Iklan

Iklan adalah suatu bentuk komunikasi tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sarannya, agar mereka memberikan tanggapan yang sesuai dengan tujuan pengiklan. (lihat penjelasan).

¹⁰ Satjipto Raharjo, *op-cit*, hlm. 181.

¹¹ H. Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : Sinar Grafika, 2015, hlm. 96

b. Periklanan

seluruh proses yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, umpan balik, maupun penakaran dari sesuatu komunikasi tentang produk dan atau merek.

c. Media Sosial

Media sosial menurut ahli komunikasi yaitu McGraw Hill Dictionary ialah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan komunitas virtual, lalu menurut Varinder Taprial dan Priya Kanwar adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi berita, foto, dan lainnya dengan orang lain.¹²

d. Perbuatan Melawan Hukum

Perbuatan melawan hukum adalah perbuatan yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.

e. Unsur atau Konten Melawan Hukum Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

¹² <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>, diakses pada tanggal 13 April 2020, pada pukul 19.20 WIB.

Merupakan suatu perbuatan yang apabila memuat sesuatu yang melanggar kesusilaan, perjudian, penghinaan dan/atau pencemaran nama baik, memuat pemerasan dan atau pengancaman, dll.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah unsur yang mutlak dalam suatu penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan. Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian yuridis normatif, yang menitikberatkan kepada apa yang tertulis di dalam suatu peraturan perundang-undangan serta mengkonsepkan hukum sebagai kaidah atau norma yang menjadi dasar serta patokan hidup berperilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari yang dianggap pantas.¹³ Sumber data yang akan digunakan oleh penulis ialah bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

2. Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini yang dipergunakan bersifat deskriptif analitis, yaitu penelitian yang bertujuan untuk membuat secara sistematis, faktual dan

¹³ Ammirudin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 118.

akurat mengenai fakta-fakta berupa data sekunder yang diperoleh dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan undang-undang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkut paut dengan isu hukum yang sedang diteliti. Pendekatan konseptual pertama kali beranjak dari pandangan, doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum dan akan menghasilkan pengertian hukum, konsep hukum dan asas hukum yang relevan.

4. Jenis Data

Dalam suatu penelitian, terdapat dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data yang akan digunakan dalam penulisan ini ialah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan pustaka yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Ketiga sumber tersebut akan diuraikan dibawah secara rinci antara lain sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang memiliki kekuatan hukum mengikat, terdiri atas UUD 1945, peraturan perundang-undangan terkait, catatan resmi dalam pembuatan undang-undang peraturan lain

diluar undang-undang. Bahan hukum primer yang digunakan antara lain sebagai berikut :

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana;
- 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- 4) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- 5) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran;
- 6) Peraturan dari Dewan Periklanan Indonesia mengenai Etika Periwara Indonesia;
- 7) SK Menteri Kesehatan RI No. 368/Men.Kes/SK/IV/1994, tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, Makanan-Minuman;
- 8) Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 76/2013, tentang Iklan Alat Kesehatan dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang berkaitan dengan bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisis memahami bahan hukum primer, yaitu rancangan peraturan perundang-undangan, buku, kamus hukum. Literatur, artikel dalam internet, makalah, serta

jurnal dan publikasi hukum. Bahan tersebut merupakan bahan yang akan mendukung penelitian yang akan diteliti penulis.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier, adalah bahan-bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap sumber primer atau sumber sekunder. Bahan hukum tersier berupa kamus Bahasa Indonesia dan Ensiklopedia. Bahan-bahan tersebut disusun secara sistematis, dikaji, kemudian dibandingkan dan ditarik suatu kesimpulan dalam hubungannya dengan masalah yang diteliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara studi kepustakaan dari beberapa sumber literatur seperti buku, internet, jurnal, ataupun artikel serta bentuk karya lain yang dianggap penulis dapat menunjang pengembangan data penulisan ini.

6. Teknik Analisis Data

Metode analisis data penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pola pikir deduktif. Berpikir deduktif menurut Jujun. S. Suriasumantri adalah cara mempelajari sesuatu yang bertolak dari peristiwa umum ke peristiwa yang khusus.¹⁴ Jika dikaitkan dengan penelitian hukum, pola pikir deduktif yaitu sebuah kesimpulan dikaitkan dengan premis umum

¹⁴ Jujun.S.Suriasumantri, *Filsafat Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, 2005. Hal. 48

(perundang-undangan, doktrin, prinsip, dan asas) pada premis khusus (kasus nyata atau fakta).

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan pemahaman dalam penulisan ini, penulis membagi menjadi 5 (lima) bab secara lengkap dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan mengemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN UMUM PENGATURAN PENGIKLANAN BARANG DAN JASA SECARA UMUM

Pada bab ini akan mengemukakan teori-teori dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pengiklanan suatu barang dan jasa secara umum.

BAB III TINJAUAN PENGATURAN MEDIA SOSIAL DALAM MENAYANGKAN IKLAN YANG MENGANDUNG UNSUR PERBUATAN MELAWAN HUKUM

Pada bab ini akan menjelaskan seperti apa kebijakan yang harus dibuat suatu media sosial dalam menayangkan iklan yang bertentangan dengan hukum.

BAB IV ANALISIS YURIDIS AKTIVITAS PENGIKLANAN DI SETIAP PLATFORM MEDIA SOSIAL YANG MENGANDUNG UNSUR PERBUATAN MELAWAN HUKUM

Pada bab ini akan menjelaskan secara yuridis mengenai aktivitas pengiklanan dalam suatu *platform* yang menayangkan iklan barang dan jasa yang isinya mengandung unsur perbuatan melawan hukum.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini sebagai bab terakhir dari penulisan ini mengenai simpulan dan saran yang bisa penulis rumuskan sebagai masukan dari apa yang telah didapatkan selama penelitian.

